

## Mido Design Lab, ordine del giorno: business e ricerca

Quattro ottici italiani specializzati nell'occhiale d'avanguardia spiegano a b2eyes TODAY cosa cercheranno nell'area del salone, diventata ormai punto di riferimento per i professionisti del segmento, che apre i battenti domani fino a lunedì 29 febbraio



Per l'ottico votato all'occhiale di ricerca la visita al Design Lab è un appuntamento imprescindibile: per il business ma anche per trovare nuovi stimoli e prodotti innovativi con cui arricchire la propria proposta. Ne è convinta **Marina Leone** (nella foto), titolare dell'omonimo centro ottico di Foggia, che sarà a Mido per tutte e tre le giornate. «Sicuramente sarà l'occasione per consolidare i miei contatti e fare gli ordini, ma di certo andrò alla ricerca anche di nuove ispirazioni, di prodotti interessanti e diversi da ciò che propongo già nel mio centro ottico – spiega la professionista pugliese - Anche per questo trovo sia molto interessante la creazione della nuova area More!, che è affine al mio principio: andare sempre verso ciò che è nuovo, a livello tecnologico e di progettazione». Da anni si concentra essenzialmente sul Design Lab **Giovanna Grasso**, titolare di Ottica San Maurilio a Milano, dato che il suo è «un negozio con una proposta molto particolare – afferma – La visita a Mido offre spazio alla curiosità verso le novità uscite, ma rappresenta anche un momento per incontrare in modo amichevole e informale i nostri partner».

Partirà sabato da Firenze per partecipare di sera anche ad alcuni eventi extra salone **Stefania Fontani**: la titolare dell'omonimo centro ottico del capoluogo toscano è «carica» per Mido. «Per la prima volta sarò da sola, senza il mio staff – racconta l'imprenditrice toscana – Gli obiettivi sono fare tanta ricerca, esclusivamente di occhiali di design, incontrare i miei colleghi con cui scambiare pareri e opinioni e, naturalmente, decidere ordini di label molto di nicchia, che solitamente hanno un solo agente in tutta Italia». Tornerà, invece, in qualità di ottico e non di espositore **Fabio Guerra**, fondatore insieme al collega Goffredo Cerolini di Bob Sdrunk e titolare dello store La Ferramenta a Bologna e dei centri ottici Giulietti e Guerra, sempre nel capoluogo emiliano e provincia, oltre che a Riccione e a Rimini. «Ormai il nostro marchio è ben avviato, quindi mi posso dedicare a Mido per effettuare ordini con brand consolidati e andare alla ricerca di nuovi marchi», sottolinea Guerra.

## Loperfido: contro la luce blu occhiali sempre più specializzati

L'oftalmologo del San Raffaele di Milano interverrà alla tavola rotonda in programma sabato a Mido all'interno di Vision up-to-date, presso l'Otticclub. Per la parte ottica e optometrica vi prenderanno parte **Silvio Maffioletti**, **Giancarlo Montani** e **Roberto Pregliasco**

In occasione dell'evento "Accomodazione e luce blu: tecnologie a confronto" **Francesco Loperfido** parlerà soprattutto di prevenzione. «Da una parte l'uso dei tablet che coinvolge i bambini già dall'età scolare, esponendoli maggiormente a rischio, dall'altro l'allungamento della vita: questi due fattori impongono la necessità di preservare maggiormente i nostri occhi - anticipa a b2eyes TODAY l'oculista milanese - La luce blu artificiale emanata da tablet, computer e anche da dispositivi a risparmio energetico, può dare nel tempo un danno da accumulo, determinando danni degenerativi retinici, cioè la degenerazione maculare. Non sappiamo comunque quali siano i veri effetti a lungo termine, quindi dobbiamo fare prevenzione, con l'utilizzo, ad esempio, di lenti anti-luce blu, ossia dotate di un trattamento in grado di proteggere gli occhi da due frequenze, quella blu turchese, che altera il ritmo sonno-veglia, e quella blu viola, che produce un danno retinico». Da qui la necessità di coinvolgere più figure professionali. «Le aziende devono sempre portare avanti una tecnologia per cui l'occhiale sia sempre più specializzato e specialistico, dando così un valido contributo alla prevenzione», conclude Loperfido. Approfondirà, invece, le problematiche di chi opera con i dispositivi elettronici a distanze prossimali **Silvio Maffioletti**. «Esaminerò l'importanza della protezione sia rispetto alla luce nociva, ossia gli ultravioletti e quella porzione di luce blu che è stato dimostrato a sua volta essere dannosa, sia dal punto di vista del sovraccarico cognitivo, di informazioni e visivo vero e proprio», spiega il professionista bergamasco. L'esperto affronterà, quindi, con quali ausili proteggersi in termini di lenti con trattamenti ad hoc e valori diottrici adeguati per vicino, ma al tempo stesso prenderà in considerazione parametri più ergonomici, ad esempio rispetto alle postazioni, le distanze e le pause, tutti «aspetti fondamentali che vanno valutati dallo specialista», precisa Maffioletti. I maggiori player dell'industria oftalmica, Essilor, Hoya e Zeiss, presenteranno le loro novità tecnologiche in fatto di luce blu e si confronteranno nella tavola rotonda con i professionisti dell'area medica e ottica. Sempre in ambito interdisciplinare, nella stessa giornata è in programma all'Otticclub un faccia a faccia, organizzato da questa testata con l'oftalmologo **Luigi Marino** sul rapporto tra la salute oculare, con particolare attenzione all'occhio secco, e l'ambiente in cui viviamo, lo stile di vita che conduciamo, il modo in cui ci nutriamo, viaggiamo o facciamo sport.

## Il Big Bang dell'ottica? È Barberini

Dalla splendida cornice veneziana del Porto lunedì scorso è salpata la prima collezione di occhiali da sole della grande azienda italiana che ha fatto belli tanti occhiali nel mondo grazie alle sue lenti di alta qualità



Il viaggio dell'ad di Barberini, Gianni Vetrini, è da considerarsi un coast to coast adriatico: da Silvi Marina a Venezia. Ma, rassicura il direttore generale della neonata Barberini Eyewear, **Stefano Fabris**, è come se le due aziende fossero a due passi tra loro grazie a una fibra ottica potente che le manterrà in comunicazione 24 ore su 24. La Barberini Eyewear avrà infatti sede a Venezia, a pochi passi dalla Stazione delle Navi Crociere e a pochi chilometri dal distretto degli occhiali e dalla tradizione che fece nascere qui l'occhiale oltre cinquecento anni fa. Questa anteprima rispetto al debutto a Mido è anche la celebrazione familiare, alla presenza della nuova rete di vendita di dieci elementi, del designer della collezione e altri esperti, di una nascita che fa presagire grandi obiettivi e lunghi viaggi. La collezione infatti si rifà al mondo lunare e i nomi sono tutto un programma. E tutto è focalizzato sulla lente,

l'occhiale le fa da cornice. Ecco allora il modello Voyager (nella foto), dove il protagonista è chi lo calza, con profili in metallo a schiena d'asino e al centro la lente specchiata. Oppure lo Stardust con una lente innovativa, chiara ma protettiva allo stesso tempo, in grado di "reggere" anche gli orari serali di un aperitivo. Qual è la visione per questa nuova avventura? Parte dal vetro, elemento essenziale di tutta la nostra vita e sempre innovativo, basti pensare agli smartphone. A chi si rivolge Big Bang, la prima collezione sole di Barberini Eyewear? A chi ricerca l'eccellenza e ammira la bellezza dello spettacolo che lo circonda. È la lente al centro della progettualità, quindi la visione. Infatti la protezione di queste lenti, che allo stesso tempo sono belle e fruibili, è molto al di sopra degli standard richiesti dal mercato. Quindi si benessere ma soprattutto design e bellezza.

Esco dalla bella chiesetta sconosciuta del Porto di Venezia, a conclusione della presentazione e della visione della collezione, con una sensazione: la "contaminazione" cui assistiamo in questo periodo tra il retail e l'industria a volte può anche lasciarci un buon sapore in bocca. Gli ingredienti utilizzati dall'azienda di Silvi Marina sembrano del tutto genuini e figli di mani esperte. Di artigiani del buono e del bello che hanno fatto fare tanta strada agli altri e un pezzetto, ora, di cammino lo vorrebbero fare anche loro, con le proprie gambe. (Nicola Di Lernia)

## Il Today in una app

Compatibile con tutti i dispositivi Apple e Android e scaricabile da App Store e Play Store, è già operativa e farà il proprio debutto ufficiale a Mido

Tutte le notizie di questo quotidiano in tempo reale e leggibili in maniera semplice e veloce. È quanto offre ai suoi lettori b2eyes TODAY con il lancio della nuova app. Non solo notizie, comunque, ma anche una galleria di foto e video. Si comincia con il salone dell'ottica che prende il via domani a Milano: al termine di tutte e tre le giornate di fiera i lettori riceveranno un Today speciale, fruibile su pc, smartphone e ora anche con la nuova app.

